



CERTIFICAT DATA & ANALYTICS

Gérer les enjeux data dans l'entreprise
à l'heure de la transformation digitale

#certificatDA

Formation certifiante éligible au CPF - 11 jours répartis sur 6 mois

À QUI S'ADRESSE CE CERTIFICAT ?

Profil des participants :

- Tous les marketeurs (stratégiques et opérationnels) en charge du digital ou ayant l'absolu nécessité de maîtriser les enjeux de l'analytics : CDO, Trafic manager, media manager, social manager, etc.
- Chargés de compte en agences média ou communication

Toute personne, collaborateur, dirigeant, cadre en reconversion :

- Souhaitant avoir une vision complète des sujets clés de la data et de l'analytics dans l'entreprise.
- Amenée à prendre en charge la responsabilité de pilotage de projets à composante data au sein d'une organisation.
- Souhaitant mieux suivre la performance de ses dispositifs digitaux et mieux piloter ses prestataires par la mesure.

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Au terme de la formation, les participants auront acquis les compétences suivantes :

- Une vision claire de l'évolution de la data marketing dans l'entreprise et des nouveaux enjeux liés à la révolution digitale.
- Une maîtrise des fondamentaux techniques permettant de dialoguer tant avec leurs directions des systèmes d'information qu'avec les prestataires externes.
- Des outils méthodologiques de mise en œuvre (collecte, analyse, activation) et de pilotage pour juger de la performance d'un dispositif data.
- Des clés pour piloter les projets data de façon efficace, de la phase de diagnostic, de gestion de projet et de déploiement en interne de l'organisation.

PROGRAMME

MODULE 1 : COMPRENDRE LES GRANDS ENJEUX DATA & ANALYTICS

JOURNEE 1 : 14 MARS 2019

- L'heure de la data : Enjeux et fondamentaux – *Hervé Druetz – ESCP Europe*
 - Data driven marketing... enjeux marketing, technologiques et sociétaux
 - Analyse du cas Walmart
 - Vision 360 de la data
 - Les cinq révolutions data au sein de l'entreprise – Du CRM à la DMP
 - Créativité data et smart data

- Point sur le RGPD – *Maître Haas – Cabinet Haas & associés*

JOURNEE 2 : 15 MARS 2019

- Maîtriser l'environnement data 360° – *Raphaël Fétique – Convertéo*
 - Classification et typologie des data
 - Les outils au sein d'une architecture data marketing (datalake, DMP, etc.)
 - Point sur les principaux sujets clés en 2018 : personnalisation, DMP, etc.
 - Cas d'usage et retours d'expérience
- Atelier data – *Raphaël Fétique – Convertéo*
 - Atelier de mise en situation sur projet data
 - Quizz collectif de fin de journée

MODULE 2 : AMELIORER LES PERFORMANCES DE SON SITE

JOURNEE 3 : 15 AVRIL 2019

- Bien suivre les performances de son site – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Site, applications mobile... Objectifs, parcours clients, etc.
 - Analyseur d'audience : paramétrages et bonnes pratiques

- Focus UX Management – *Invité Kameleoon*

JOURNEE 4 : 16 AVRIL 2019

- De la collecte à l'analyse des données web – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Datalayer, TMS, API, etc.
 - Les outils de Business Intelligence
- Coordination pédagogique – *Hervé Druetz – ESCP Europe*

MODULE 3 : DATA & ANALYTICS AU COEUR DES INVESTISSEMENTS MEDIA

JOURNEE 5 : 23 MAI 2019

- Programmatique : data de ciblage, scenarii et analyse de performances – *Emmanuel Poncet – Zebestof*
 - Les étapes pour mettre en place un campagne (ciblage, outils...)
 - Atelier : mettre en place un scénario, comprendre les bilans de campagne
- Data-science, IA et algorithme au service de l'emailing – *Bruno Florence – SNCD*
 - Monitorer les performances des campagnes d'emailing avec des indicateurs avancés
 - Anticiper les comportements grâce aux solutions et modèles prédictifs

JOURNEE 6 : 24 MAI 2019

- De l'audit SEARCH aux techniques d'optimisation – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Mettre en place un pilotage efficace de sa stratégie SEO-SEA
 - Quelles optimisations avancées
- Arbitrage des investissements média – *David Lelièvre – Right Metrix*

- Mise en place et tests de scenarii
- Modèles d'attribution

MODULE 4 : DATA & ANALYTICS DANS LES STRATEGIES SOCIALES ET CONTENT

JOURNEE 7 : 20 JUIN 2019

- Audit de présence sur les média sociaux – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Mesures clés et KPIs sur les médias sociaux
 - Mesure de veille et d'e-réputation, verticales sur les média sociaux et retour
 - Aligner les KPIs et mettre en place un reporting consolidé
- Brand content analytics – *Cyril Dehnin – Question de contenu*
 - Piloter la performance de vos contenus

JOURNEE 8 : 21 JUIN 2019

- Invitation DATA LAB – *Marc Attalah – MAZARS France*
- L'heure de l'intelligence artificielle et des data science... où en est-on ?
 - Quelles applications concrètes
 - Comment piloter un projet data science
 - Etude de cas

MODULE 5 : STRATEGIE ET ORGANISATION DATA DANS L'ENTREPRISE

JOURNEE 9 : 11 JUILLET 2019

- Enjeux organisationnels des entreprises liés à la transformation numérique – *Laure Gaillard – Acadys*
 - Concepts et technologies de la data, fondamentaux du dialogue métiers / DSI
 - Evolution des sources de données : des enjeux organisationnels au-delà des frontières de l'entreprise
 - Gouvernance de la data
 - Organisation numérique : évolution des valeurs et cultures des équipes Marketing et Digitales
- Compétences data... les trouver, les former... *Isabelle Rouhan – Colibri Talent*
 - Cartographie des nouveaux métiers du digital et compétences data
 - Recruter, former, faire évoluer : quels enjeux RH sur un marché en manque de compétences

JOURNEE 10 : 12 JUILLET 2019

- Synthèse de séminaire
 - Cas de synthèse
 - Intervention Grand Témoin
- Atelier Data Game

MODULE 6 : SOUTENANCES

JOURNEE 11 : 12 OU 13 SEPTEMBRE 2019

En fonction du nombre de participants, les soutenances de projets se tiennent sur une ou deux journées.